



VILLAGE BRANDING: PEMBUATAN MASTER PLAN IKONISASI DAN BRAND PARIWISATA DI DESA WISATA TINALAH

Desideria Cempaka Wijaya Murti, Ph.D. (Prodi Ilmu Komunikasi)

Dr. Victoria Sundari Handoko (Prodi Sosiologi)

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

ABSTRAK

Kunjungan wisatawan dari dan ke Yogyakarta melalui bandara Yogyakarta International Airport mendorong pemerintah dan masyarakat mengembangkan destinasi wisata, dimana salah satunya adalah desa wisata yang banyak dikunjungi turis dari dalam dan luar negeri. Banyak desa wisata yang belum memiliki ikon dan merek, dimana salah satunya adalah Desa Wisata Tinalah. Oleh karena itu, kami berharap dapat mendampingi anak muda, anggota pokdarwis (kelompok sadar wisata) Desa Wisata Tinalah untuk bisa meningkatkan proses kreatif dalam pembangunan merek produk lokal yang baik dan terlindung secara hukum (HAKI). Metode yang dilakukan melalui beberapa tahapan dan tahapan akhirnya adalah terbentuknya ikon dan HKI.

Berdasarkan kondisi pengembangan bandara beserta pendukungnya maka menjadi satu kebutuhan yang mendesak untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat di Desa Wisata Tinalah. Pelatihan dan pendampingan pembuatan ikonisasi brand produk pendukung Desa Wisata Tinalah diharapkan bisa mendorong penduduk untuk melakukan kreatifitas [1] dan inovasi dalam pengembangan desa wisatanya [2] dan selanjutnya menjadi jalan untuk pengentasan kemiskinan penduduk desa.



Desa wisata Tinalah atau Dewi Tinalah merupakan desa wisata yang terletak di kawasan Sungai Tinalah dan Pegunungan Menoreh yang memiliki konsep penyatuan alam dan nilai-nilai budaya slogan Pesona Alam dan Budaya. Nama Desa Wisata Tinalah diambil dari nama Sungai Tinalah. Desa wisata ini terletak kawasan Bukit Menoreh pada ketinggian 117 mdpl dengan suhu harian yakni 25-32 derajat celcius (Rahajeng, 2017).



Gambar 4. Pemetaan place branding

Menggunakan diagram atas place branding (Menurut Parsa Shirazi yang mengadaptasi Kavaratzis dan Hatch, 2013) dan diagram merek, tim pelaksana pengabdian membuat daftar pertanyaan [4] yang bisa dijawab oleh Pokdarwis Desa Wisata. Jawaban tersebut kemudian diformulasikan menjadi beberapa desain atas merek Desa Wisata Tinalah.

Berikut adalah beberapa gambar perencanaan merek dan masterplan village branding. Merek ini dapat digunakan secara terintegrasi untuk usaha-usaha diversifikasi desa wisata Tinalah.



Gambar 5. Contoh Brand Desa Wisata Tinalah

A. HAKI untuk merek desa dan kepemilikan secara structural

Proses pendaftaran merek masih berlangsung dan akan segera didaftarkan oleh pelaksana abdimas. Proses terima sertifikat akan memakan waktu 8 bulan hingga 1 tahun. Tetapi proses penomoran HAKI dapat dilakukan dalam hitungan 1 bulan. Oleh sebab itu, pelaksana abdimas akan melakukan serah terima merek dan nomor tersebut kepada warga desa wisata Tinalah.

KESIMPULAN

Pelaksanaan Village Branding bagi desa-desa wisata sangat potensial untuk dilakukan di berbagai tempat. Termasuk dilakukan replikasi secara massif pada suatu regional area, kabupaten atau bahkan provinsi. Selain itu dilakukan untuk suatu destinasi juga sangat mungkin terjadi.

Potensi peningkatan kreativitas dan daya jual dengan pembuatan merek desa secara professional mampu memberikan rasa empowerment bagi desa untuk menjadi komunitas kreatif. Selain itu juga jika terus didampingi kemungkinan untuk ledakan penjualan bagi usaha disekitar karena memiliki identitas tempat yang kuat juga dapat dibangun.